

Libri & tempo libero

## L'assordante rumore del falso

**Misinformation**

di Walter Quattrocchi e Antonella Vicini

FrancoAngeli, Milano, 2016, pp. 148 (euro 19,00)

**C**he dire ancora di un best seller ormai consacrato come *Misinformation* di Walter Quattrocchi e Antonella Vicini? È ormai il libro più citato nelle stanze che contano in Italia: dalle istituzioni ai partiti, dai giornali agli studi radiofonici e ovviamente sulla rete. Ma non è una bolla, né un bluff, è un successo meritato.

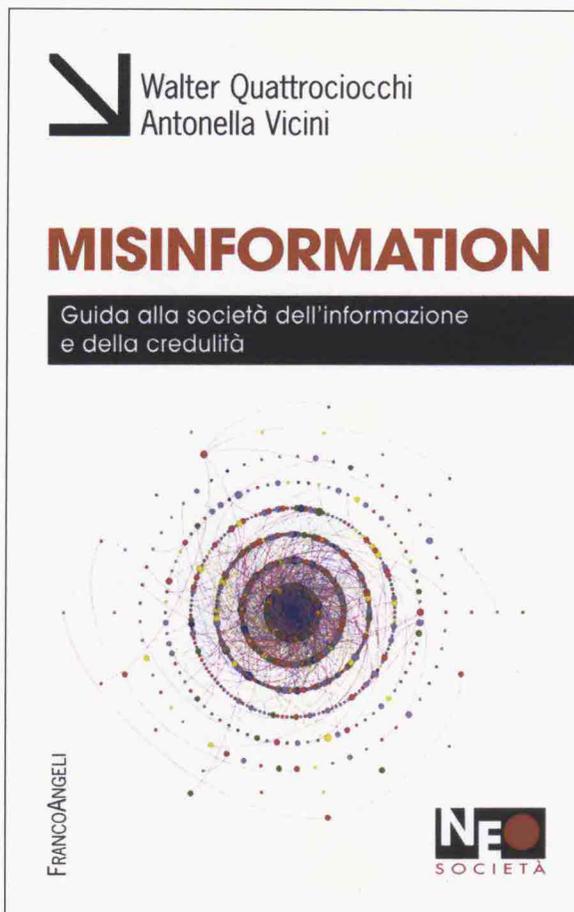
Una spinta all'affermazione del saggio l'ha data anche la recente campagna per il referendum, dove finalmente l'Italia che pensa e scrive ha messo a fuoco l'uso della falsificazione propagandistica come mezzo di conquista del consenso e non più come un problema «di Internet», ma come una precisa responsabilità umana e una realtà politica ormai affermata.

Ma c'è molto di più da dire su questo saggio scientifico sui comportamenti in rete. Intanto per la prima volta due autori italiani non partono dalla demonizzazione della rete – ogni tanto qui e là qualche tentazione affiora, ma viene rifiutata – bensì dalla presa d'atto che questo è il mondo in cui ci è dato vivere.

Poi, attraverso l'uso di concetti di psicologia sociale e di statistica per le scienze sociali si descrivono le dinamiche di massa basilari riscontrabili nei *social media*. Scoperte che non sono una novità assoluta, ma lo sono per il pubblico italiano. Certo negli studi degli analisti di marketing è roba che gira da anni ed è stata usata nella vita politica italiana. Ed è un insieme di metodiche che hanno il focus del loro sviluppo negli uffici di Google e di Facebook. Sarebbe bello se Quattrocchi e i suoi colleghi della Scuola IMT Alt Studi Lucca potessero disporre degli stessi dati e – ipotizzo – della stessa potenza di calcolo che hanno quelli di Mountain View. In ogni caso il merito del saggio è di indicarci come e con quali risultati – nel nostro presente e nel nostro futuro assai prossimo – vengono studiati gli essere umani. Il *Massa e potere*, saggio di Elias Canetti del 1960 (oggi pubblicato da Adelphi), del Duemila è una stanza con vista sulla California, vive di statistica ed è tanto più attendibile in quanto ingoia enormi masse di dati per trarne indicazioni «qualitative».

Dunque Quattrocchi e colleghi ci spiegano la nostra dimensione individuale dentro il grande fiume dei comportamenti. Che questi risultati siano salutati con sollievo da chi, come i politici italiani, ha vissuto Internet come una maledizione satanica è comprensibile. Abbastanza legittimo sarebbe aspettarsi che Quattrocchi e i suoi fossero messi in condizione di andare avanti in modo più «istituzionale», perché la sua attività diventi un flusso costante di informazione.

Ma nessuno si illuda di aver trovato il Servizio Opinioni della Rai anni sessanta o l'Auditel di Internet. Questa partita si gioca altrove e la posta è comprendere come si svilupperanno le applicazioni e i modelli di comportamento «previsti» da parte delle grandi centrali dello sviluppo. Che ormai non sono più soltanto «i padroni del software», come dicono i giornalisti, ma un mondo comples-



so, che ha a che fare anche con la grande politica: per esempio, che strade prenderà lo sviluppo dell'internet in Cina e in Russia, dove esistono motori di ricerca e «social» da centinaia di milioni di utenti? Come influirà la presidenza Trump sul mondo digitale?

Se pensate che queste cose non abbiano a che fare col nostro discorrere, sarà meglio ricordare che Internet è stata diffusa negli anni nei quali si pensava che la storia fosse finita e che fosse cominciata una lunga era di pace. Oggi le cose sono cambiate: la «*misinformation*» può servire sia a prendere voti sia a mobilitare opinioni pubbliche e a infiammare i cuori per la pace e per la guerra.

C'è una sola obiezione che muoverei a Quattrocchi e Vicini. Alla fine del saggio sembra quasi che si provino a «dare consigli» su come uscire dalla «camera dell'eco», per vivere fuori dal rumore assordante della «*misinformation*». Come si ci fosse un «fuori».

Che cosa c'è «fuori» dal digitale? Esso è la mappa del mondo grande quanto il mondo stesso, il digitale «è» il mondo. Se esci da una *echo chamber* entrerai in un'altra, e «Narciso», che chiude il libro, non vive senza rispecchiarsi.

Vittorio Zambardino